

Resumo: O artigo traz em recorte constatações de pesquisa realizada em doutorado pelo autor, que lida com a problemática nacional de produção de jogos eletrônicos. Tendo como principal problema a carência de conhecimentos dos agentes produtivos sobre como aplicar competências e habilidades adquiridas no processo de criação e desenvolvimento de jogos eletrônicos independentes no país, considerou como hipótese atividades metodológicas iterativas e interdisciplinares capazes de conjugar as habilidades e competências de seus agentes e melhorias qualitativas e quantitativas nesta situação: a Experiência Gamera. O texto seguinte expressa os desdobramento das investigações circunstanciais que culminaram em um retrato dos principais problemas que impedem a frutificação do setor de criação e desenvolvimento de jogos eletrônicos no território Brasil, com especial preocupação com os cursos livres e com algumas posturas dos ditos desenvolvedores independentes nacionais.

Considerações circunstanciais sobre a criação e desenvolvimento independentes de jogos eletrônicos no Brasil

Conforme pesquisas e resultado da vivência com um estudo de caso.

Por Guilherme Xavier, Dr.

A realização de jogos eletrônicos[1] no Brasil ainda se configura como oportuno paradoxo para empreendedores do Design: ao mesmo tempo em que é notada pela sociedade como um misto de desejo e necessidade, é internamente vivida por seus produtores como um trabalho excessivamente árduo.

No entanto, considero o paradoxo válido, pois como disse o físico Niels Bohr (1966) nos paradoxos está a esperança de serem feitos os progressos.[2] Acredito que o progresso no entendimento da necessidade de realização de jogos eletrônicos resida na antecipação de que os projetos da atualidade não mais estejam agarrados a sistemas obrigatoriamente comerciais voltados para a venda.

Vivemos em novos tempos, inclusive para a compreensão de oportunidades, que não passam pelo excesso paralisante de mecanismos institucionalizados. A possibilidade de inovar pelo Design, campo de pesquisa e atuação ao qual me integro, parece ser um valor positivo quando consideramos que as apostas no mercado de jogos eletrônicos vêm se tornando proibitivas para regimes mais tradicionais, cabendo aos novos produtores, também interatores (MANOVICH, 2003; MURRAY, 2003), por fazerem parte do sistema como consumidores e comunicadores, inaugurar e delimitar técnicas, métodos e processos de criação e produção alternativos.

O objeto da pesquisa do meu doutorado lidou diretamente com a problemática nacional de produção de jogos eletrônicos. Embora se caracterize como um setor estratégico e muito presente na mídia, a árdua tarefa de criar e desenvolver jogos no Brasil, de seu conceito passando por seu design, conteudificação, programação, testes e publicação[3], esbarra em mudanças paradigmáticas globais

¹ Ao longo da tese usarei o termo *jogo eletrônico* para diferir o mesmo de outros jogos, tidos como tradicionais, e o termo *jogo digital* para diferir o mesmo dos *jogos analógicos*.

² Citação em *The Man, His Science, & the World They Changed*, de 1985 por Ruth Moore, página 196.

³ Doravante, o termo “publicação” será usado de duas formas: Da maneira costumeira, referindo-se à impressão e ampla disponibilização de conteúdo para ser lido por um público; e de modo mais restrito, como finalização patente de uma obra audiovisual interativa. Como mídia, jogos

que trazem dificuldades na compreensão de processos e de seus respectivos produtos. Assim sendo, por faltar ao público conhecimento acerca da abrangência do assunto *jogos eletrônicos* que o remeta para além do consumo, é comum encontrarmos em escolas e Academia grupos de alunos ávidos por desenvolverem suas próprias ideias de jogos, visando fazê-las se tornarem sucessos de crítica e venda no mercado internacional, sem, muitas vezes, se darem conta de que o processo como um todo exigirá deles mais do que interesse e cômoda “curtição adolescente”: exigirá empenho, criatividade e inovação. Mais do que isso, parece-nos que a ideia de setor estratégico participante do desenvolvimento do país perde força frente à realização pessoal de ter um jogo ganhando espaço internacional. Por esse viés, por um lado, na maioria das vezes, escolas e Academia recebem alunos que frequentemente apostam na manutenção em detrimento da inovação por desconhecimento da realidade do mercado. E, por outro lado, muitas vezes, escolas e Academia apostam conscientemente na manutenção em detrimento da inovação se alinhando ao pensamento inicial dos alunos.

Diante da problemática constatada, vi a oportunidade de desenvolver e verificar, na tese, uma experiência de ensino de produção de jogos junto a agentes interessados, para identificar os valores vigentes, os procedimentos recorrentes, os papéis assumidos na produção, enfim, para viabilizar uma leitura crítica de um caso específico de produção de jogos eletrônicos no cenário nacional: a Experiência Gamera. Para tal proposição, partimos do pressuposto de que há uma grande oportunidade de se estabelecer no Brasil bases sólidas para uma produção que se sustente em um entendimento eficiente de seu público. Há uma grande oportunidade de se compreender como esse público pensa e age, quais são os seus valores, e, assim, de se promover direções e rumos no que tange à interatividade e entretenimento.

Entendemos que uma metodologia é um conjunto de métodos e segundo Coelho (2007), método é dito de uma qualidade partilhada por seres humanos em sua capacidade de desenvolver planos de economia de recursos e que lhes dão noção de como atuam. Sejam objetos ou pensamentos, métodos garantem segurança, e por meio da consciência do *modus faciendi* se constata as necessárias correções, obstáculos a serem evitados e estímulos a serem incentivados para a conquista de um objetivo. No ato de tornar evidente uma metodologia, informa-se aos interlocutores as possibilidades, sendo seu estudo a busca pela excelência da criatividade. Desse modo, a pesquisa teve relevância e se inseriu no campo do Design, pois o que se observou nos últimos anos foi um aumento considerável de cursos

eletrônicos também são publicados, cabendo às empresas especializadas, conhecidas como Publicadoras (*publishers*) a responsabilidade de colocar o produto no mercado conforme suas estratégias de distribuição.

livres voltados para promoção de conhecimentos técnicos para criação e desenvolvimento de jogos, embora poucos assumam o rigor metodológico como uma bandeira. Isso se traduz como uma reserva econômica e financeira, pois temos bem menos produtos concluídos e despejados no mercado (seja financeiro ou simbólico) do que pessoas engajadas para os realizarem.[4]

O cenário aponta para uma realidade em que os talentos estão dissociados, sendo geridos de modo indevido, cuja organização não é pensada em termos de produção metodológica, de construção projetual. Como incentivar? Como tais talentos podem ser geridos e sustentados no sentido de serem potencializados? Como prover modos adequados e organizados de produção de jogos? Seria a metodologia iterativa desenvolvida na Experiência Gamerama suficiente para despertar no cursista interesse e postura crítica?

Em suma, jogos como fenômeno que somente no final do século passado começaram a serem estudados per se, e não necessariamente como aplicação de outros saberes distintos e nem sempre notáveis e consoantes, hoje alcançam o topo do interesse social constituído graças a pesquisas acadêmicas que lidam com a sua recepção como instituição cultural e também como linguagem.

A noção do uso de jogos eletrônicos como meio de expressão nos é especialmente válida, uma vez que trata de dar conta de um uso maior e mais extrínseco de habilidades consideradas no Design para objetivação desse valor. A permissão do uso de jogos como veículos emotivos e discursivos é uma conquista de procedimentos acertados, nos quais os papéis são bem compreendidos e acatados a partir de seu conhecimento.

O documento lidou com a experimentação de produção de jogos eletrônicos independentes e seus desdobramentos culturais dentro de palcos locais e por tal, receptivos. Para isso, refletimos sobre o ato de projetar e produzir jogos eletrônicos de modo independente no Brasil, dada as mudanças paradigmáticas de produção dos mesmos, que deixam de serem exclusividades de grandes estúdios e financiamentos milionários, e passam a se tornar oportunidade de empenho e competências de grupos variados, menores e de menor poder de alcance pela envergadura tecnológica de seus projetos.

Tendo como principal problema a carência de conhecimentos de como aplicar competências e habilidades adquiridas no processo de criação e desenvolvimento de jogos eletrônicos independentes no país, nossa hipótese é que atividades metodológicas iterativas e

⁴ Um amigo, Rian Rezende, em passagem pela Rússia, por exemplo, ouviu o comentário jocoso de um russo perguntando como conseguíamos estudar algo que não produzíamos...

interdisciplinares, que conjuguem as habilidades e competências de seus agentes, propiciam melhoras quantitativas e qualitativas nesta situação. Dessa forma, conferindo aos autores de jogos independentes oportunidades de criação e desenvolvimento, se favorece a concretização de obras interativas de entretenimento, mas que sem as quais, tentativas de feitura derrapam na intencionalidade sem vistas para divulgação e publicação.

Como estudo de caso, propomos a criação, o desenvolvimento e a observação de instalações da oficina de criação e desenvolvimento de jogos na Experiência Gamera. Assim, por meio de Experimentos, pesquisa exploratória de atividades semelhantes, análise de conteúdo e de dados de ocorrências de campo, vinculados às oficinas, esperávamos constituir entendimento sobre o assunto, cujo conhecimento por parte dos grupos de criação e desenvolvimento de jogos eletrônicos independentes no Brasil ainda é, segundo relatórios especializados, insuficiente se comparados a parâmetros internacionais.

Vamos aos problemas identificados. Primeiro falaremos dos problemas da formação e dos cursos livres por suas excessivas expectativas, para em seguida, listar os problemas enquanto posturas observadas nos produtores nacionais nos últimos anos.

Tanto James Portnow (2010) quanto o CTS Game Studies (2011) apresentam em relatórios especializados a construção de conhecimento e a atuação acadêmica como vetores de transformação. Por isso, cabem ponderações sobre como o fato está sendo considerado em sua dupla ocorrência: de modo histórico e de modo programático. Giulio Carlo Argan (1993, p.251) inicia o capítulo um de seu livro *História da Arte como História da Cidade* de modo enfático: “Existe uma crise profunda do Design”. O autor italiano apregoa tal crise à dicotomia destino e projeto, sendo o segundo uma tentativa humana propositada de subjugar o primeiro. “Seguindo este raciocínio, a crise do Design manifesta-se na crescente divergência entre programação e projeto” (BECCARI, 2012, p.144-147), sendo programação a inexistência de escolhas ou autonomia, e projeto como consciência de construção de um futuro. Para Argan, o processo histórico não é somente retrospectivo, mas principalmente, prospectivo e teleológico. E se não dermos atenção ao fato, estaremos fadados a uma inexistência histórica: estaremos programados e não projetistas (ARGAN, 1993, p.252).

A formação dos novos profissionais sobre os quais pesará o futuro mercado de jogos eletrônicos ilustra muito bem o ponto de Argan: é possível que estejam sendo programados para se adequar a um preestabelecimento calculado e mecânico, presos a uma solução dialética na busca de uma síntese; e não para pensarem os objetos e sujeitos de uma relação dialógica entre passado e futuro. Encerrando nossa visagem do panorama do processo produtivo de jogos

eletrônicos no Brasil, consideremos a formação daqueles que responderão pela produção.

Como apontado por Portnow (2010) e pelo CTS Game Studies (2011), as dificuldades para um mercado sustentável de jogos eletrônicos no país é um desalinhamento entre os vértices mercado, produção e governo. Se o primeiro é uma conquista do segundo com a ajuda do terceiro, iremos nos concentrar nos agentes do segundo. Até porque o governo é um estabelecimento “distante” no qual uma intervenção demanda esforço e foco que não são contemplados como objetivos primários desta pesquisa.

Qualquer tomada de decisão, portanto, parte da intenção dos engajados de tornar jogos eletrônicos, para fins de mercado, produtos ou serviços, e portanto, devem ser realizados por profissionais. A profissionalização da área não é um objetivo em si, pois como defenderemos, não é uma requisição da indústria. Mas em algum momento, é interesse de quem acreditou que, a partir de investimentos econômicos e financeiros, jogos eletrônicos são ativos que podem retornar bons lucros. A profissionalização é uma forma de se garantir equilíbrio nos processos de criação e desenvolvimento e por isso é um estabelecimento tão necessário para a maturidade do mercado.

Em termos históricos, nossa entrada tardia e descompromissada na indústria de jogos eletrônicos justifica em parte a grande quantidade de cursos de promoção de conhecimento sobre o tema. De uma forma básica, podemos apontar duas fases desse fenômeno nacional. A primeira fase é observada no interesse inicial de jovens universitários em fazer parte daquilo que lhes interessava inicialmente por simples prazer. Do contrário do que observamos nos mercados norte-americanos e asiáticos, onde a separação entre afeto e profissão é bem clara, no Brasil trabalhar com jogos eletrônicos é visto como uma “paixão”, que é germinada no uso infantil e adolescente e que irá desabrochar como produção acadêmica na idade adulta.

A segunda fase, mais recente e perigosa, é observada no interesse de jovens ainda estudantes de ensino básico em sonhar com a realização pessoal e profissional no exercício do que conhecem por superfície somente desde a infância: video games. Orientados pela percepção de tal interesse e de como os afetos podem ser comercializados, empresários criaram nos últimos anos uma grande quantidade de cursos livres que têm como alvo o jogador de video games médio, ainda não assalariado e repleto de dúvidas quanto aos seus talentos e ao seu futuro profissional. O que é pernicioso nesse movimento, conforme explicamos a seguir, é que ele não é sustentável e pode fazer com que o mercado nacional de estudo, criação e desenvolvimento de jogos eletrônicos se deteriore ainda mais.

Quando produtores se formavam na Academia somente, traziam não somente o interesse, mas a habilidade da crítica. Os relatórios de Portnow (2010) e do CTS Game Studies (2011) identificam essa característica nacional positivamente, se comparada à produção intelectual estrangeira. Somos muito mais produtivos em apontar relações e usos de conhecimento multidisciplinar em situações nas quais os jogos eletrônicos são envolvidos. Provavelmente não há algum centro acadêmico no país que não disponha de ao menos um coordenador ou aluno em processo de aprendizado em (ou com algum) jogo eletrônico. O interesse é amplo e irrestrito.

A oficialização desse interesse surgiu com os primeiros cursos de extensão no país voltados para a integração dos conhecimentos técnicos da informática com os conhecimentos funcionais do design já nos primeiros anos da década de 2000. O primeiro do qual tenho notícia como profissional da área, oficial pela heterogenia de seus alunos, ocorreu em 2004, no Curso de Desenvolvimento e Design de Jogos 3D pela Central de Cursos de Extensão da PUC-Rio. Aberto a profissionais e recém-formados, o curso acompanhou a explosão de interesse público dado aos jogos no país por ocasião dos primeiros resultados práticos de associações de empresas voltadas para soluções tecnológicas para o divertimento como a Gamenet-PR, fundada em 2001. O interesse de repetir a iniciativa no Rio de Janeiro com o TecGames (que infelizmente não veio à tona), tinha como prerrogativa a instrumentalização de uma mão de obra local com vistas a contratos internacionais, daí um curso de extensão sobre jogos eletrônicos de ponta ser tão bem vindo e contar com tantos inscritos e especialistas.

Um ano mais tarde, quem procurasse atender o interesse de fazer seus próprios jogos já contaria com cerca de 50 cursos espalhados em cerca de 20 instituições, entre cursos técnicos, livres ou de extensão, presenciais ou a distância, com os mais variados preços, mas com um similar conteúdo programático (AZEVEDO, 2005). A lista de 26 cursos (vide Anexo II) é uma adaptação da compilação nacional original proporcionada por Alessandra de Falco para a matéria especial de Theo Azevedo (2005) sobre o assunto disponível na UOL Jogos (jogos.uol.com.br), um dos primeiros portais de informação a dedicar-se ao assunto.

Observando a lista, é possível perceber que, no auge do interesse por aprendizado sobre criação e desenvolvimento de jogos eletrônicos, diversos são os tipos de participação, as cargas horárias, os valores e as vagas oferecidas nos 26 cursos compilados. No entanto, o que nos chama a atenção é a disposição quase geral de focos voltados para a técnica, seja da ordem da tecnologia, seja da ordem da computação, sobretudo gráfica. A crítica feita à lista é pontual: a noção generalizada de que o profissional dos jogos eletrônicos deve se ater exclusivamente ao tecnofílico, e não ao

filosófico. Salvo exceções, em algum momento na lista, há a impressão de o conhecimento de produção estar envolvido com o desenvolvimento e não com a criação, transparente na terminologia informática empregada.[5]

Chagas (2009) investigou em sua tese de doutorado a formação acadêmica de Designers de Games e por meio de entrevistas com atores do setor, mapeou interesses e realidades, concluindo que independentemente do curso, defende-se que compete ao contratante certa orientação do seu profissional contratado, pois grande é a diversidade de formações capazes de atender ao setor e há um lapso de profundidade no tema conforme encaram os interessados em seguir profissionalmente na área:

A indústria brasileira parece estar ciente sobre a incipiência de cursos específicos para a formação de Designers de Games [jogos eletrônicos] no Brasil e, aparentemente, tem estabelecido critérios e mecanismos próprios para lidar com a diversidade de formações que hoje se apresenta entre os candidatos ao cargo de Designers de Games no Brasil.

(CHAGAS, 2009, p.56)

E mais adiante, contribui para o nosso pensamento de uma carência de respaldo para conhecimentos de design em projetos de jogos eletrônicos um de seus entrevistados, Geber Ramalho, da Meantime Mobile Creations, empresa de renome internacional na criação e desenvolvimento de jogos voltados para dispositivos móveis:

Eu acho que tem muita gente de computação e pouca gente de Arte e Design, o que mostra certa imaturidade da indústria [nacional]. Isso não facilita muito a vida do Game Designer, porque ele num ambiente mais diversificado ele tem mais chances na hora de apresentar as ideias [e] delas serem aceitas do que em um ambiente com um viés mais tecnológico.

(RAMALHO apud CHAGAS, 2009, p.64)

⁵ Como jogos eletrônicos nos são um conceito importado, seguimos um modelo predefinido, atribuindo-lhe algumas obrigatoriedades. A primeira obrigatoriedade é de que a excelência tecnológica parece, em si, um alvo, mesmo que não faça sentido ao jogador em seu contexto. A segunda é de que o discurso técnico é uma prioridade quando deveria ser, no máximo, uma característica. É como se ater ao código como único representante formal de uma ampla literatura.

A lista adaptada de Azevedo (2005), resume os interesses sociais de 2005. Passados cinco anos, a proliferação de cursos voltados para a técnica do desenvolvimento de jogos eletrônicos avançou. Em 2010, segundo Sabrina Carmona (2010) em pesquisa para o blog Planeta Gamer, são apresentados links para um total de 44 cursos entre livres, de graduação, pós-graduação lato sensu e mestrado (CARMONA, 2010), com algumas adições indicadas pelos comentaristas da página (vide Anexo III).

Mais uma vez, a grande maioria dos cursos apresentados se mostra como exercícios da técnica, com especial destaque para instrumentalização de softwares que verbi gratia, podem desaparecer em alguns poucos anos.

Ressaltamos que uma lista completa e atualizada para 2013 está além das perspectivas do presente documento. As listas anteriores servem somente como marcas da circunstância e para apontar certa expectativa em processos de profissionalização que, até o presente momento, não foram suficientes para alavancar o mercado de jogos no país.

Pautados nas discussões anteriores, consideramos que o conteúdo de muitos dos cursos não atende ao setor por ser excessivamente específico, pautado em referências internacionais de qualidade, desconsiderando que tais referências são fruto do trabalho de muitos profissionais experientes, e não de poucos ou únicos jovens sem o necessário preparo para poder levá-los adiante.[6]

O paradigma tecnológico vigente muda a cada novo lançamento, por demanda do público consumidor ou por simples injeção de pressões econômicas. Em 2005, no Brasil, o paradigma de jogo eletrônico fundamental para construção de um mercado local seria obrigatoriamente massivo e cobrado por mensalidade. Em 2010, também no Brasil, a crescente introdução de dispositivos móveis de grande poder computacional definiu novas prioridades, colocando atuais criadores e desenvolvedores nacionais na corrida pelo domínio dos downloads para tablets via AppleStore (www.applestore.com) e GooglePlay (play.google.com).

O desafio não se dá agora no conhecimento técnico, pois ele não é mais um diferenciador. Afinal, com jogos de qualidade audiovisual “AAA” sendo distribuídos gratuitamente, como espera o produtor nacional competir sob o aspecto formal unicamente?[7] Tal

⁶ Assim como no auge da década de 1990 todos se diziam, ou ansiavam por ser, *web designers*, nas primeiras décadas dos anos 2000 todos anseiam por ser, ou se dizem, *game designers*, tentando convencer equipes desmoteadas a emplacar ideias muito particulares.

⁷ Aparentemente, para diferir do sistema baseado em metais preciosos dos “discos” da indústria fonográfica, imprensa e agências de marketing separam jogos eletrônicos por sua qualidade intrínseca, investimento, tempo de produção e vendagem; dividindo-os portanto em categorias C,

indagação, ecoa no interesse de pesquisadores locais como os responsáveis pelo relatório preliminar CTS/FGV. Conforme aponta o CTS Game Studies (2011), além da formação de um profissional integral em suas funções, há a necessidade de conhecimentos autônomos e que impliquem na satisfação do cenário local:

O profissional em games precisa desenvolver noções de mercado que o ajudarão a construir o cenário de games no Brasil. Ponto fundamental, de acordo com profissional da área, é que "as pessoas estão sendo formadas para um mercado que já deveria estar consolidado, mas ele não está; então, quem tem que formar, nesse caso, é o próprio profissional – ele tem que aprender, aprender de ir atrás, pesquisar e ser empreendedor".

(CTS Game Studies, 2011, p.17)

Ecoa também, nos apontamentos de Querette et alii (2012) quando afirmam:

[...] na indústria de games [jogos eletrônicos] a tecnologia é um fator importante para o processo de inovação, mas o desenvolvimento de novos conteúdos depende crucialmente da estrutura global da indústria [...], do marco legal [...] e de estímulos criativos provenientes de usuários.

(QUERETTE et alii, 2012, p.16)

E mais adiante completam:

Embora a tecnologia seja um importante vetor de mudanças na indústria de games [jogos eletrônicos], não se deve subestimar a importância de elementos não-técnicos, tais como a capacitação de profissionais, modos de organização da produção, marketing e distribuição.

(QUERETTE et alii, 2012, p.16)

Segundo a visão apresentada nos Relatórios, caberia aos cursos livres antecipar essa situação e preparar seus alunos para pensar criticamente. Isso não seria somente obrigação da Academia, mas um ensaio constante de valores que apontariam para uma autonomia de

B, A e AAA. Ainda que jogos C e B não sejam relatados pois ninguém fala deles, jogos de alta qualidade, ou AAA, são facilmente reconhecidos por seus jogadores como tal. Há quem aponte que qualquer jogo a ter mais de um milhão de jogadores, será um AAA. Prefiro compará-los, por sua estratégia de distribuição, com os *blockbusters* cinematográficos.

jovens em formação. Se os cursos livres preparam profissionais tão enraizados nessa ou naquela solução técnica, tais profissionais não conseguirão alçar voos de criatividade e inovação necessários para atrair um público já acostumado a um modelo que se repete por mais de cinquenta anos. Tais profissionais seriam somente replicadores e não criadores.

Bomfim (1994), corrobora esta visão quando afirma que a configuração de objetos de uso e sistemas de comunicação no design,

[...] incorpora parte dos valores culturais que a cerca, ou seja, a maioria dos objetos de nosso meio são antes de mais nada a materialização dos ideais e das incoerências de nossa sociedade e de suas manifestações culturais assim como, por outro lado, anúncio de novos caminhos.

(BOMFIM, 1994, p.150)

Portnow (2010) salienta que nossos professores tem uma excelente oportunidade de diferenciar a produção, pois aqui podemos nos desenvolver ao largo das pressões comerciais sem sermos aturridos por elas. No entanto, daí um maior desafio: fazer surgir uma comunidade de bons desenvolvedores sem um mercado de desenvolvimento que lhes possa servir como escoamento. Produzir jogos eletrônicos em termos técnicos é um dos aspectos que suportam a área, mas não sua totalidade.

É preciso que a produção leve em conta a contextualização de público, seu poder aquisitivo e, principalmente, suas aspirações e meios de obtenção de produtos. Esse seria um domínio do mercado que, conforme observa o norte-americano, ainda é uma grande carência: sabemos mais ou menos como fazer, mais ainda precisamos descobrir as melhores maneiras de como oferecer.

No campo da pesquisa, acadêmicos brasileiros superam em muito os esforços dos Estados Unidos, pelo menos no que diz respeito aos méritos artísticos e culturais de jogos. Há um número desproporcional de subsídios do governo e vagas para pesquisas patrocinadas disponíveis para aqueles que desejam explorar os aspectos sociológicos e históricos da mídia.[8]

(PORTNOW, 2010)

⁸ *In the field of research, Brazilian academics far outstrip current US efforts, at least with respect to the cultural and artistic merits of games. There is a disproportional number of government grants and university-sponsored research positions available to those who wish to explore the sociological and historical aspects of our medium. (no original em inglês)*

O excesso de zelo da Academia pelos jogos eletrônicos, no entanto, tem como efeito colateral a não integração entre as diferentes partes de um processo excessivamente transdisciplinar mas, como bem observado por Portnow, normalmente é defendido como singularidade de uma disciplina com exaustão. O norte-americano achou curioso, inclusive, que jogo eletrônico vigorasse como disciplina em um curso de design de moda. Ao seu ver, nossos alunos raramente se engajavam em grupos transdisciplinares pelo fato de os departamentos não providenciarem essa necessidade ou a harmonia necessária. Mesmo cenários envolvendo vários centros acadêmicos simultaneamente em projetos de visibilidade (excetuando-se por determinação de editais com essa finalidade), são raros, havendo um empenho maior dos alunos e professores em se organizar do que de suas próprias instituições, sejam elas públicas ou privadas.

Dessa forma, o que os cursos livres observados pecam em não priorizar em suas ementas, focos e apresentações tão convidativas é o que, como professor de design de jogos, eu considero fundamental para alavancar uma identidade nacional de produção: uma filosofia metodológica iterativa, capaz de criar, desenvolver e ofertar não somente produtos como também processos. É preciso se ensinar nos alunos uma mentalidade produtiva: Promover produtores é promover produção. Garantir o futuro dos jogos no país pela educação de quem os realizará é condição *sine qua non* para progressos no setor.

Pesquisas e tempo serão providentes para novas oportunidades de constituição de um mercado local sustentável. Em 2012, segundo Querette et alii (2012, p.17), “havia cerca de 30 universidades e centros de ensino no país oferecendo cursos na área”. E mais adianta justificar a consequência:

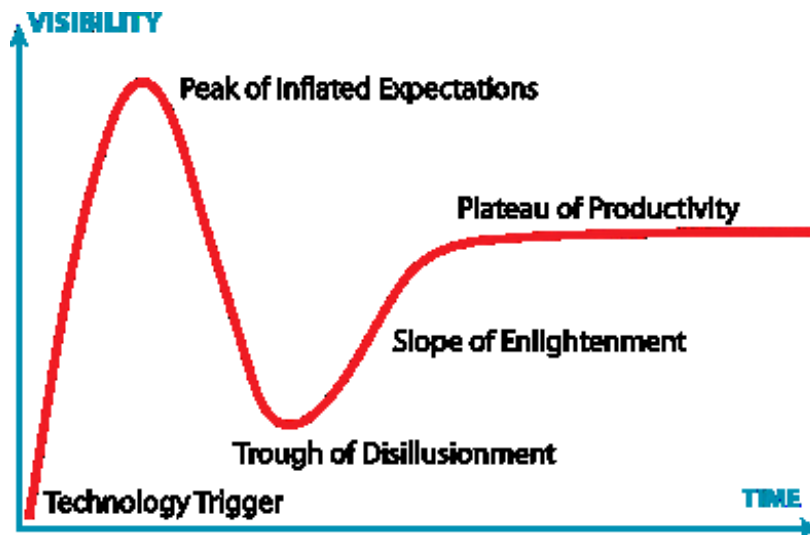
Esta característica marcou um traço recorrente na indústria brasileira de games [jogos eletrônicos] que é a existência de muitas empresas atreladas às universidades, seja mediante incubadoras ou start-ups estabelecidas por [alunos e] ex-alunos.

(QUERETTE et alii, 2012, p.17)

Como designer, e portanto inserido na amplidão da discussão técnica, compreendo que a tecnologia deve estar à disposição de um usuário e não ser uma finalidade em si. Mais importante que um ou outro software, é perceber que o ato de criar e desenvolver um jogo trata-se de um processo, e portanto, cabível de uma realização amparada por decisões justificadas.

Conforme apresentado, embasados em diferentes perspectivas, compactuamos com o pensamento de que o processo produtivo de jogos no país demanda investigações mais profundas em busca de sua maturidade.

Para sintetizar o pensamento dos autores referenciados, optamos por dialogar com a visão proposta no gráfico de sobreexpectativa pelos especialistas do Grupo Gartner de consultores (FENN, 2008).



Gartner Hyper Cycle

Se o panorama do processo produtivo de jogos eletrônicos no Brasil se mostra ainda orientado para um deslumbramento característico da curva em sua parte mais alta, do *Pico das Expectativas Inflamadas*, cabe uma revisão para quando os futuros produtores chegarem no *Planalto da Produtividade*.^[9]

Como dito, além da formação e dos cursos livres, as posturas dos produtores nacionais também demanda oportuna consideração.

A oportunidade de desenvolver e verificar, na minha recentemente defendida tese, uma experiência de ensino de produção de jogos junto a agentes interessados, para identificar os valores vigentes, os procedimentos recorrentes, os papéis assumidos na produção, viabilizou uma leitura crítica de um caso original e específico de ensino de produção de jogos eletrônicos no cenário nacional. Muito ainda precisa ser investigado e realizado para possibilitar que os produtores nacionais tenham condições de assumir a condução, rumo ao futuro, dos projetos milionários almejados. Sobre isto, especificamente, ainda pairam no ar algumas perigosas constatações minhas acerca do levantamento realizado nos quatro anos de duração da pesquisa, de 2009 a 2013. Nos tópicos seguintes, cauteloso, apresento as situações e ensejos de mudanças.

⁹ O Grupo Gartner de consultores, em 1995, apresentou seu famoso gráfico (*Gartner's Hype Cycle for Emergent Technologies*) como forma de ilustrar o destino de certas tecnologias emergentes conforme o interesse pelas mesmas vai da ribalta à sarjeta para a garantida continuidade. As fases atravessadas são o *Gatilho Tecnológico*, o *Pico das Expectativas Inflamadas*, a *Calha da Desilusão*, a *Ladeira da Iluminação* e o *Planalto da Produtividade*, conforme o interesse midiático enaltece ou detrata uma determinada invenção.

Culto ao modelo (em falência) de publicação e distribuição do século XX:

Conforme cresceram em um modelo de vendas de experiências sofisticado e facilitado, no qual compravam os jogos que gostavam, oficiais ou não oficiais, muitos produtores nacionais assumem como única forma de receita a venda de produtos em termos e contratos tradicionais, ainda que desconhecendo deles as profundidades legais. O setor varejista se mostra tímido diante das prerrogativas de competitividade desleal com o mercado informal e a pesada carga tributária assumida. Sem vistas para sucessos estratosféricos de vendas imediatas, não assumem novas compras que não sejam comissionadas, dificultando grandes tiragens da obra e o traslado das mesmas para agentes de distribuição.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento com instrumentos de distribuição online, contando com núcleos estabelecidos ou a se estabelecer capazes, não somente de realizar negócios, como de se permitir a interação e congregação com os produtores.

Culto aos Estrangeirismos

Conforme cresceram em uma ecologia de referência universalizante e baseada em aculturação midiática típica dos promotores de conteúdo nos anos de 1980 e 1990, muitos dos produtores têm maior carinho pelo que é importando do que orgulho pelo que é exportado. O culto aos estrangeirismos está presente por toda a criação e desenvolvimento, do discurso narrativo, à estética das representações audiovisuais. Em especial, figuram entre os elencos modalidades recorrentes dos jogos em medievalistas, futuristas e militaristas, nas quais temática, palcos e atores assumem valores e funções mais importadas do que construídas. Não haveria problema em se assumir uma postura mais cosmopolita quanto aos seus produtos, não fosse o fato de que, em uma situação comparativa, os resultados podem pouco agregar a um estabelecido acervo de notoriedades internacionais. O lado negativo do culto aos estrangeirismos se dá, ironicamente, na não percepção de que no universo pseudodemocrático dos jogos eletrônicos, somos nós os estrangeiros, mas não nos assumimos como mercadores responsáveis por trazer as novidades da colônia para a metrópole.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com a cultura nacional e regional, usando o bom senso para promover argumentos que tivessem no cenário internacional o reconhecimento de sua origem. Ainda que muitos assumam que a cultura nacional não se apresenta original, mas amalgâmica, mesmos os amálgamas constituem um arejamento dos excessos e repetições que figuram nos mercados internacionais.

Baixo empenho em inovação conceitual

Conforme cresceram em um mercado de apropriações, no qual as soluções rapidamente eram absorvidas por concorrentes em ilimitadas reproduções, os produtores nacionais não vem em diferentes conceitos de jogos (sobretudo de inovadoras mecânicas) um terreno de garantida fertilidade para suas atividades e para a atenção midiática. Enquanto lhes for possível repetir fórmulas consagradas para abastecimento do próprio ego de jogador, não vislumbram o exotismo que garante, por exemplo, o poderoso mercado japonês, e que facilitaria a divulgação mínima dos produtos sem maiores investimentos publicitários (que normalmente também não dispõem e sequer são pensados como fundamentais).

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento com princípios universais de Design e pesquisa por mecânicas de jogos, história da tecnologia e exercícios de criatividade, capazes de satisfazer nichos de mercado ainda descobertos mas com grande potencial consumidor.

Baixo conhecimento filosófico sobre jogos em mercados simbólicos

Conforme cresceram em um mercado de consumo de experiências massificadas inspirado na ampla aceitação do sistema hollywoodiano de promoção e divulgação de obras, os produtores nacionais acreditam que a única forma de apropriação de seus jogos é como produto e assim, desconsideram o potencial de outras formas de participação, seja ela modularizada, configurativa, expansiva ou colaborativa. Além disso, não percebem a capacidade expressiva de sua obra em termos de público e não relacionam a mídia com outras, de maior ou menor envolvimento afetivo. Entendendo que jogos eletrônicos não são somente especificações de softwares, mas sistemas simbólicos complexos que envolvem autonomia, competência e relacionalidade, muito se fala sobre a forma do jogo, enquanto pouco se fala sobre suas funções. Há um excesso de discurso tecnofílico (orientado ao hitech) e uma carência de discurso filosófico (orientado à psyche). Se os jogadores trocam constantemente sobre as características de um ou outro jogo, os criadores e desenvolvedores ainda trocam muito pouco sobre o que leva os jogadores a jogar o jogo e quais as melhores formas de estabelecer engajamento com o mínimo possível de recursos. Como símbolos, os jogos tem valor reconhecido por todos, mas poucos conseguem estabelecer “vendas” nesse mercado simbólico de oportunidades que vão além da interface do jogador com o jogo enquanto produto. Em suma: os produtores nacionais ainda ignoram

os recursos de que dispõem, além dos que todos já conhecem, principalmente na cinematografia e no marketing.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento com princípios da filosofia, psicologia e do marketing, com vistas ao uso efetivo na estética, narrativa, mecânica e tecnologia, além de alimentar a experiência de jogo municiando-a de participação externa à obra enquanto processo interativo.

Síndrome do Estudante (ou perigo do cronograma elástico)

Conforme cresceram em um mercado ainda pouco maduro e com fraca demanda de produção, de modo geral, os produtores nacionais (bem como diversos outros agentes produtivos dos mais variados empreendimentos e especialmente oriundos da Academia), não se mostram hábeis para definir prazos de produção realistas, gastando muito tempo com atritos decisórios e pouco tempo com testes de jogabilidade. Fazem do exercício de produção um processo semelhante ao estudo para uma prova por parte de muitos estudantes: quanto mais tempo é dado para a prova, maior a aproximação do prazo final para as vagas conclusões.¹⁰ Projetos menores teriam prazos mais curtos, e portanto, melhores manobras para operação de improvisos. No entanto, ao se apaixonar por produções mais complexas, os produtores erram o alvo e acabam por perseguir resultados práticos quando já se é tarde demais.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com diferentes realidades de escopo e cronometria, e maior profundidade decisória nos momentos de pré-produção. O uso de um método não linear com responsabilidade de cobranças de etapas, agilizaria o processo, sem o tornar um ensaio constante de modificações.

Síndrome da Bala de Prata (ou busca de única solução final para qualquer problema)

Conforme cresceram em um mercado de aferição de sucesso diante de novidades comerciais excessivamente lucrativas, os produtores nacionais tendem a apostar cegamente em um determinado aspecto dos seus jogos como sendo diferencial e definitivo, quando na verdade, se mostram circunspectos às permissões tecnológicas a

¹⁰ O fenômeno conhecido como Síndrome do Estudante é pesquisado seriamente na psicologia como “procrastinação”: a ação consciente ou inconsciente de postergar atividades hierarquicamente mais importantes para tempos futuros, conforme os trabalhos de Steel (2010) e Lee *et alii* (2006).

priori. Realizam determinado tipo de jogo como realizariam qualquer outro, e assim, não assumem uma postura investigativa, tendendo a comprovar uma hipótese teórica antes de colocá-la sob o escrutínio da prática, positiva ou negativamente. Assim, se fiam em uma solução única e final que seja capaz de transformar o seu jogo em um sucesso, quando na verdade, um jogo de sucesso apresenta-se como um conjunto de boas realizações de expectativas exaustivamente comprovadas. Tal qual uma bala de prata única capaz de eliminar a terrível ameaça, imaginam que uma ideia maravilhosa única será capaz de eliminar o fracasso de seu projeto.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com pesquisa e protótipos, testando suas hipóteses enquanto o assunto pode ser aplacado de modo menos arriscado. Antes de implementar, as soluções devem ser aprimoradas e o jogo deve ser condicionado a uma bateria de testes por outros que não seus produtores. Só assim o distanciamento seria capaz de validar se uma ideia é realmente, ou apenas aparentemente, eficaz.

Crença excessiva na suficiência da fundamentação técnica

Conforme cresceram em uma realidade de apreensão de sucessos comerciais diretamente proporcionais ao teor tecnológico dos produtos, muitos produtores nacionais acreditam que o único gomo da realização técnica responde por toda a fruta que é o consumo da experiência interativa em um jogo eletrônico. Formados pelos empenhos tecnicistas das academias, mas desejosos dos excessos providenciados pelos seus estudos paralelos, muitos produtores nacionais raramente conversam com outras áreas de conhecimento, mesmo as que muito poderiam colaborar com seus projetos. Preferem, não raro, se abastecer de ferramentas tecnológicas de última geração, cujo escopo de funcionalidades não lhes é sequer conhecido em sua totalidade, e se sacrificam em estudos que serão anulados tão logo novidades mais recentes lhes surjam nos monitores e discos rígidos. Jogos não são exclusivamente conjuntos de instruções matemáticas que soltam fogos de artifícios nas telas dos aparelhos. Para chegar-se aos seus valores essenciais é preciso ir além de sua manifestação técnica.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com outras áreas de conhecimento e seus representantes que não a ciência da computação e a informática, bem como na investigação de dispositivos de baixa tecnologia, do presente e do passado, os quais garantiam diversão pelo uso consciente de suas possibilidades e pela subversão inteligente de suas impossibilidades. Exímios programadores de jogos não são exímios designers de jogos per se.

Desmotivação diante da ladeira da “experiência comprovada”

Conforme cresceram em um ambiente próspero de falsas expectativas da facilidade da produção de jogos, muitos produtores nacionais se sentem decepcionados pela incompreensão de agentes de financiamento diante de suas ideias, conceitos e demonstrações. Verdade dita, será cada vez mais difícil obter financiamento para coisas não realizadas ou realizadas insuficientemente, e o retorno elogioso do grande público pelo empenho dedicado, salvo exceções muito especiais, será ínfimo.¹¹ Um único sucesso não satisfaz a voracidade do público, e a “experiência comprovada”, conforme solicitado por aqueles que se interessariam em financiar projetos de jogos, não deveria ser visto como obstáculo à realização, mas como uma bênção à organização: no passado, muitos projetos soçobraram pelo excesso de otimismo e fartura de dinheiro que, como se sabe no setor, geralmente são inversamente proporcionais. Por isso, ocorre de a desmotivação diante de um aclave, como o do compromisso garantido pelo conhecimento, vitimar tantos grupos que se sentem tolhidos por não produzirem pela falta de recursos.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com realizações menores, mas interessantes e completas, capazes de torná-los conhecidos no setor por algum aspecto original ou característico, sem financiamento. Muitos dos financiamentos públicos, além dos investidores particulares, exigem experiência comprovada de alguns anos, o que pode ser obtido pela produção de conteúdo que se assuma socialmente responsável. Jogos para a saúde e para a educação, além de exercícios de produção com vistas para afinamento de equipes e seus talentos, servem como produção de portfólio, sem o qual não se pode afirmar de uma empresa sua experiência comprovada.

Desmotivação diante da excessiva autonomia decisória

Conforme cresceram em um momento histórico posterior ao das conquistas sociais das gerações anteriores, a liberdade de escolha, antes de um ganho, lhes é uma trivialidade que não necessariamente representa oportunidade de amadurecimento pessoal. Dessa forma, por não valorizarem as próprias decisões por tê-las sem valor em si, quando diante do poder de escolha, sentem-se paralisados. Preferem, ao contrário, o excesso de justaposições de situações e práticas, muitas das quais, conflitantes, ao invés de concentrar esforços, no mínimo necessário, para uma sincera realização. A desmotivação que advém é resultado da falta de percepção de causa e efeito controlados

¹¹ Mesmo sites de financiamento público por *Crowdfunding*, muitas vezes, decepcionam seus financiadores com projetos que mesmo pagos acima do esperado, afundam como submarinos esburacados.

por poucas variáveis, as quais deveriam atender. Desse modo, exercícios de redução e restrição se mostram imprescindíveis para colocar os escopos de produção em dimensões factíveis. Autonomia decisória, portanto, é um ativo no qual é preciso se investir objetivando sua valorização.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com métodos restritivos e com universos modais de maior exigência focal: sem um ensaio de negociações e hierarquizações, os projetos são fadados ao acúmulo congelante e aos excessos impossíveis de se administrar.

Alienação diante da história nacional da tecnologia

Conforme cresceram com acesso franqueado à produção tecnológica internacional a partir de 1992, com a abertura do mercado nacional para os importados, muitos promotores ignoram tempo e soluções anteriores, as mesmas que podem impelir novos relacionamentos culturais e comerciais de seus jogos produzidos. Por não terem tido acesso às realidades sociais que se mantinham marginalizadas às novidades norte-americanas e japonesas devido ao alto preço a ser pago por elas, os produtores desconsideram que há uma grande quantidade de consumidores ainda retida em seu acesso por não contarem com mecanismos atualizados, poder aquisitivo ou mesmo tempo para se inteirarem das novas oportunidades de acesso e participação. Fenômenos tecnológicos locais como a participação colaborativa de apreciadores e músicos nas apresentações artísticas do Pará, a realidade dos Instaladores de jogos eletrônicos da Bahia e os Modificadores de jogos eletrônicos musicais do Ceará ainda passam ignorados por grande parte dos produtores, que assim, perdem acesso a soluções criativas e oportunas para consumo e promoção de sua desejada produção.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com pesquisas históricas de como um país como o nosso respondeu pelas demandas sociais por processos e técnicas variadas, analógicas e digitais. Sobretudo, como foram e são pensadas soluções comunicacionais e de expressão de baixa tecnologia por grupos emergentes.

Irresponsabilidade financeira

Conforme cresceram em um país cuja economia vem se mostrando nas últimas décadas estável suficiente para investimentos de longo prazo, o valor do dinheiro nem sempre é percebido pelos seus gastos, somente pelos seus ganhos. Muitos produtores, crentes em sucesso imediato, desconhecem os perigos pontiagudos da administração de

negócios e confiam exclusivamente em seus talentos acadêmicos como se fossem suficientes para manter uma gestão sustentável de sua empresa. O que a história documenta, no entanto, é uma triste realidade de sonhos destroçados pelo consumo inadvertido de prazos em detrimento de entradas financeiras capazes de arcar com os custos de um estabelecimento, como aluguel, condomínio, telefonia, acesso a Internet, energia, água, equipamentos, licenças de softwares e sobretudo, intangíveis. Por melhores que sejam os prognósticos, eles raramente são sinceros e sempre será necessário mais tempo do que o considerado para a realização de retorno financeiro suficiente para a empresa ser mantida.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com formas mais brandas de organização, postergando ao máximo possível custos operacionais com imóveis e insumos. A realidade de um espaço de trabalho se faz necessária para motivação comum e monitoramento dos avanços, no entanto, sendo responsáveis, os produtores podem considerar alocação pontual e teletrabalho como meios de direcionar os custos para o que realmente importa: realizar a obra pretendida.

Irresponsabilidade metodológica

Conforme cresceram em um espírito Do It Yourself característico dos primeiros anos de produção online para a Internet (onde todos podem realizar, não importa o que e não importa quanto), muitos produtores consideram que metodologias são desnecessárias, emperrando, inclusive, seu labor criativo. Para estes, documentação, cronogramas, planilhas, metas e relatórios estão entre a simplicidade da perda de tempo e complexidade da ciência de foguetes, preferindo agir conforme seus instintos. Conforme se mostram incapazes de otimizar quaisquer processos, ou mesmos de compreender que existem processos em curso, não há como compreender o bom uso da prática, e o jogo eletrônico se aproxima de uma arbitrariedade típica das artes quando, raríssimas vezes, chegam ao termo. O fato de não contarem, entre suas competências, com a organização metodológica, diz muito do que precisa ser ensinado nos cursos livres: o custo das decisões desamparadas. Metodologia, portanto, não é um luxo de grandes empresas e nem um hobby dos acadêmicos: é uma ferramenta ainda mais importante, que a mais recente biblioteca de rotinas para programação, a mais cara placa de vídeo ou o mais completo cacho de softwares de modelagem ou de criação e tratamento de imagens são incapazes de suprir. Pois sem ordem, de nada valerá o esforço de tantas aquisições.

Creio que o possível tratamento se daria no maior envolvimento dos produtores com experiências de uso de métodos e

ferramentas capazes de satisfazer os valores vigentes, procedimentos recorrentes e papéis assumidos durante o ato de projetar.

* * *

Longe de significar um vaticínio, a exposição busca um alerta entre os produtores independentes. Conforme as plataformas de ocorrência do jogo eletrônico observam profundas mudanças tecnológicas e de público, de 2003 para a atualidade, também devemos atentar para a situação de modo crítico, galgando os percalços encontrados por nações já amadurecidas no que tange a criação e o desenvolvimento de jogos, para assim, sermos capazes de fazer a diferença tão celebrada pelos meios, mas tão difícil de ser alcançada nos fins.

Há oportunidade de se estabelecer no Brasil bases sólidas para uma produção de jogos, sejam elas para jogos analógicos, sejam elas para jogos digitais, desde que considerados seus obstáculos para motivação de grupos engajados em valores diferentes do convencionado por um mercado global, oligárquico e, embora inspirador, perigoso para os mais tímidos. Há ainda névoa e neblina além do que se pode constatar, mas sucessos internacionais em áreas do entretenimento, como ficção televisiva, cinema, música e esportes coletivos, são exemplares isomórficos pois conseguem conjugar a seriedade dos negócios milionários com a alegria de sua apreciação, muitas vezes, livre e gratuita.

Ao destacarmos dos pensadores do mercado nacional as preocupações com a questão do conhecimento produtivo e os anseios para obtê-lo, acreditamos que haverá melhorias substanciais para o setor de jogos eletrônicos no Brasil e, também, para o ensino de design de jogos pelos cursos livres e pela Academia, tão logo metac conhecimento seja identificado pelos agentes produtores como uma variável diretamente associada com o sucesso de seus empreendimentos. Pois assim, irão se aproximar com maior autoridade dos espaços-problemas previstos no horizonte da local indústria do entretenimento eletrônico e deles, extrair melhores soluções.

Acreditamos que, tão importante quanto a oportunidade de criar e desenvolver jogos, é a oportunidade de realizar em um conjunto articulado de competências empreendedoras e inovadoras com vistas para o futuro.

Referências:

ARGAN, G. C. **História da Arte como História da Cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

AZEVEDO, Theo. Curso de Games no Brasil. In: **UOL Jogos**, 14/09/2005. Disponível em <jogos.uol.com.br/reportagens/ultnot/ult2240u49.jhtm> . Acesso em 13/09/2012.

BECCARI, Marcos Namba. **Articulação simbólica: uma abordagem junguiana aplicada à filosofia do design**, 2012. 380f. Dissertação (Mestrado em Design), Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2012.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Sobre a possibilidade de uma teoria do design. In: **Estudos em Design**. Rio de Janeiro: Associação de Ensino de Design do Brasil, v.2, n.2, nov 1994.

CARMONA, Sabrina. Curso de Games pelo Brasil. In: **Planeta Gamer**, 15/10/2010. Disponível em <planetagamer.com.br/cursos-de-games-pelo-brasil>. Acesso em 13/09/2012.

CHAGAS, Maria das Graças. **A inserção do Designer de Games na indústria brasileira de jogos eletrônicos**. 2009. 143f. Tese (Doutorado em Design), Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.

COELHO, Luiz Antônio (org). **Design Método**. Rio de Janeiro: PUC-Rio/Novas Idéias, 2007.

CTS Game Studies (Centro de Tecnologia e Sociedade da FGV/RJ). **Relatório de Investigação Preliminar: O Mercado Brasileiro de Jogos Eletrônicos**, 09/2011. Disponível em <ctsgamestudies.files.wordpress.com/2011/09/relatorio-preliminar-sobre-o-mercado-brasileiro-de-jogos1.pdf>. Acesso em 10/10/2011.

FENN, Jackie. Understanding hype cycles, 27/06/2008 In: **When to Leap on the Hype Cycle**, Gartner Group, 2008. Disponível em <www.gartner.com/technology/research/methodologies/hype-cycle.jsp>. Acesso em 15/02/2013.

PORTNOW, James. Analysis: Inside Brazil's Video Game Ecosystem. In: **Gamasutra**, 20/01/2010 Disponível em <www.gamasutra.com/view/news/117589/Analysis_Inside_Brazils_Video_Game_Ecosystem.php#.UPqt4B3O1Cs>. Acesso em 22/02/2010.

QUERETTE, Emannel *et alii*. Políticas Públicas para a Indústria de Games: uma agenda para o Brasil. In: **Proceedings SBGames 2012**, 2012. Disponível em <sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/industria/Industria_3.pdf>. Acesso em 05/01/2013.